

**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного
автономного образовательного учреждения высшего профессионального
образования "Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента
Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины
«Событийный менеджмент»/
“Event Management”**

для майнора «Креативные индустрии»
уровень бакалавриат

Авторы программы:

Трабская Ю.Г. к.э.н., доцент trabskaya@hse.ru

Матецкая М.В. к.э.н., доцент

Утверждена академическим руководителем майнора

Матецкая М. В. _____

«__» _____ 201_ г.

Санкт-Петербург, 2018

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

**St. Petersburg's branch of federal state autonomous educational institution of
higher professional education
“National Research University “Higher School of Economics”**

St. Petersburg School of Economics of Management of NRU HSE

**Working Programme of the Course
“Event Management Experience”**

Authors:

Trabskaya J., Ass. Professor, Cand. Sc. of Economics,
Matetskaya M. Ass. Professor, Cand. Sc. of Economics,

Approved by

Academic Head of EP

«_____» _____ 2018 г.

· _____

St. Petersburg, 2017

*The present programme cannot be used by any other divisions of the university and other universities
without a permission of the department-developer of the programme*



Annotation

1. Outline

The course concept implies helping students to gain profound knowledge and better understanding of the event processes in the modern economy that is also featured as experience economy, to explore basic functions of events that encompass bringing high social value, creation of productive creative environment, revitalization of territory and its place branding. Today there is a demand of consumers for impressions; consumers aspire to get them from goods, services and events. The important task of forming a sustainable event is its commitment to creation of impressions, bright images, and associations of a consumer. Each stakeholder group of an event is examined to demonstrate difference in event experience; and event experience was examined from the perspectives of individuals, society, culture and corporate world.

2. Syllabus

Course is composed with lectures, seminars, case studies, role plays, group work. It also requires a great deal of work the students should fulfill at home.

Topic 1. Introduction to Event Experience Management

Topic 2. Role of Events' Experience in Tourism and Place Branding

Topic 3. Interaction with Various Stakeholders of Event. How to Buy a Talent.

Topic 5. Sources of Funding and Partners of Event

Topic 6. Security Issues in Event Organization. Risks

Topic 7. Event Experience Marketing

Topic 8. Sustainability in Event Organization

3. Prerequisite

English – advanced level

Course “Creative and Cultural Industries”

Course “Digital tourism”

Course “Consumer behavior in cultural tourism”

4. Course structure

Course is composed with lectures, seminars, case studies, group work and individual project. It also requires a great deal of work the students should fulfill at home.

5. Course assessment

The course assessment consists of four parts:

- The students' work the seminars in the form presentations (Class work)
- The students' homework (Homework)
- The colloquium
- The written test

The amount that student may earn for each part is 10 points.

Accumulated Grade is calculated using the formula:



Accumulated Grade = $0,4 \cdot \text{Class Grade} + 0,2 \cdot \text{Home Work} + 0,4 \cdot \text{colloquium}$

Final Grade is calculated using the formula:

Final Grade = $0,7 \cdot \text{Accumulated Grade} + 0,3 \cdot \text{Test}$

Область применения и нормативные ссылки

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Креативные и культурные индустрии», учебных ассистентов и студентов, изучающих дисциплину.

Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Событийный менеджмент» являются формирование представления о специфике событийной деятельности как инструмента продвижения культурных и креативных индустрий; изучение основных направлений развития событийной деятельности как ключевой тенденции развития экономики культуры; получение базовых знаний и навыков применения подходов и инструментов управления событийными впечатлениями.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать основные концепции и специфические инструменты управления событийными впечатлениями;
- Уметь применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы в профессиональной деятельности; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, профессиональной компетентности; анализировать процессы и явления, относящиеся к управлению событийными впечатлениями; интерпретировать теоретические и историко-культурные тексты (первоисточники и комментирующую литературу), а также излагать свою интерпретацию как письменно, так и в устной форме;
- Получить базовые навыки использования специфических инструментов управления событийными впечатлениями;
- Иметь навыки публичного выступления и защиты индивидуального и группового проекта на английском языке.



В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

УК-2	<p>Competence: - to be able to work in a team /</p> <p>The specific learning outcomes are as follows:</p> <p>Student can collaborate with the others in groups (mini groups 2-3 persons and teams of 8-12 persons)</p> <p>Student can prepare and present results of group work.</p> <p>Student uses different negotiation strategies and tactics in team communication, including class work and distance communication.</p> <p>Student works effectively in in teams and try different roles (as leader, mediator or executant).</p>
УК-1	<p>Competence: Student is able to manage his time, build and implement a path of self-development on the basis of the principles of life-long education /</p> <p>The specific learning outcomes are as follows:</p> <p>- Student is able to plan his individual activities of the self-study courses on assignments; compliance with established deadlines of task during the courses</p>
ПК-А	<p>Competence: - to conduct an independent research project and to demonstrate a comprehensive understanding of research techniques, applicable to their own research interests, within the field of culture, creativity and entrepreneurship /</p> <p>The specific learning outcomes are as follows:</p> <p>Student is able to use different sources of information, including electronic data bases, and also to survey and analyze core publications, related to the theme of research.</p> <p>Student analyzes a situation, suggests compares possible decisions, evaluates environmental factors and consequences.</p> <p>Student can conduct research projects in marketing, consumer behavior, choosing methods of research and evaluation of the results of the project.</p>
ПК-С	<p>Competence:</p> <p>To be able to develop and prove the concept of event as an independent product of creative industries /</p> <p>The specific learning outcomes are as follows:</p>



	To develop the program of the event (festival), To be is ready to develop a business plan, promotion plan of the event; To understand communication strategies with the target audience group, To build networking partnerships with different groups of stakeholders
--	--

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к циклу дисциплин по выбору и блоку дисциплин, обеспечивающих магистерскую подготовку.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- Иметь представление о специфике организации культурных событий;
- Обладать знаниями основ менеджмента, основных инструментов и механизмов управления;
- Уметь работать с учебной и справочной литературой, используя ее как в письменной речи, так и в устной, в том числе во время дискуссий;
- Уметь использовать количественные и качественные методы сбора и обработки информации.

Надо взять из дисциплины КА – поведение потребителей что-то, и из нашей про ККИ – о проектной деятельности

Тематический план учебной дисциплины

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ - 5 зачетных единиц

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции и	Семинары		
1	Введение в управление событийными впечатлениями. Концепция и ДНК события. Выбор места и времени проведения события. Составление плана действий.	30	4	6		20
2	Роль событийных впечатлений в туризме и брендинге территорий	16	2	4		10
3	Взаимодействие со стейкхолдерами событий. Как купить талант. Договор с артистом: особенности составления договора, райдера и тд.	34	4	10		20
4	Источники финансирования и партнеры событий	26	2	4		20
5	Вопросы безопасности при организации событий. Риски.	28	4	6		20
6	Маркетинг событийных впечатлений	28	2	6		20
7	Устойчивое развитие событий	26	2	4		20
	ИТОГО	190	20	40		130

Формы контроля знаний студентов

Тип	Форма контроля	Параметры **
-----	----------------	--------------



контроля				
	Аудиторная работа			
	Самостоятельная работа			
Текущий	Коллоквиум		*	
Итоговый	Тест		*	
			*	

6. Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего и итогового контроля выставляются по 10-ти балльной шкале. Критерий оценки работы на семинарских занятиях ($O_{\text{ауд.}}$)

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; принимает активное участие в обсуждении по теме семинарских занятий; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованной программой; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
«Хорошо» (6-7)	Студент обнаруживает полное знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, принимает систематическое участие в обсуждениях на семинарских занятиях.
«Удовлетворительно» (4-5)	Студент обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, участвует в обсуждении, задает вопросы.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Студент не принимает участия в обсуждении на семинарском занятии, не обнаруживает знания основного учебно-программного материала.

Критерий оценок самостоятельной работы ($O_{\text{сам. работа}}$)

Студенты получают групповые задания для самостоятельной работы. При выполнении группового задания (**презентации**) студенты получают единую для всей группы оценку.

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Задание выполнено в полном объеме, студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса, примерами из сферы эвент менеджмента.
«Хорошо» (6-7)	Задание выполнено с несущественными ошибками, студент обнаруживает глубокое знание учебно-программного материала, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса, примерами из сферы эвент менеджмента.
«Удовлетворительно» (4-5)	Задание выполнено с существенными ошибками, студент обнаруживает поверхностное знание учебно-программного материала, основных



	терминов и понятий курса, примерами из сферы эвент менеджмента
«Неудовлетворительно» (0-2)	Задание не выполнено.

Критерии оценки группового проекта (*O_{гкз.}*)

Оценка за итоговый контроль - экзамен (*O_{экз.}*) - выставляется по 10-балльной шкале.

Критерии оценки письменных ответов:

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Студент обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованной программой; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; грамотно излагает свои мысли.
«Хорошо» (6-7)	Студент обнаруживает знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе; показывает систематический характер знаний по дисциплине, грамотно излагает свои мысли.
«Удовлетворительно» (4-5)	Студент обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, научно-исследовательской деятельности и предстоящей работы по специальности; понимает и умеет определить основные категории курса; знаком с основной литературой, рекомендованной программой.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Студент обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса.

8. Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в управление событиями: впечатлениями. Концепция и ДНК события. Выбор места и времени проведения события.

События в условиях экономики впечатлений. Событийный бум: причины популярности событий. Событие: понятие, классификация. Лучшие и худшие практики. Концепция и ДНК события. Выбор места и времени проведения события. Лучшие событийные дестинации. Барометр событий. Как разработать проект события. Что делает событие запоминающимся. Идея события как основа создания впечатлений.

Раздел 2. Роль событийных впечатлений в туризме и брендинге территорий

Событийный туризм как часть культурных и креативных индустрий. Событие как инструмент брендинга территорий и элемент локального и национального бренда. Импаkты событий: экономические, социальные, культурные, экологические и др.

Раздел 3. Взаимодействие со стейкхолдерами событий. Взаимодействие со стейкхолдерами событий. Как купить талант. Договор с артистом: особенности составления договора, райдера и тд.

Стейкхолдеры события. Понятие, подходы, классификация. Знаменитости и творческие участники события. Менеджмент артистов. Как пригласить звезду, переговоры, райдеры, составление и подписание контрактов. Особенности работы с сотрудниками. Организаторы, штатные сотрудники,



сезонные сотрудники, волонтеры. Особенности мотивации разных категорий персонала. Импаkты, которые событие оказывает на аудиторию. От краткосрочных к долгосрочным отношениям с аудиторией. Обратная связь с аудиторией: до, во время и после события.

Раздел 4. Источники финансирования и партнеры событий

Источники финансирования события. Специфика получения государственного финансирования. События, имеющие возможность получить финансирование от международных организаций и зарубежных консульств. Получение спонсорской помощи. Поиск спонсора, критерии выбора, ограничения. Особенности заполнения спонсорских пакетов. Подготовка спонсорского предложения и отчета о событии. Собственные доходы события. Продажа билетов и иные доходы события. Крауд фандинг. Как быть убедительным.

Раздел 5. Вопросы безопасности при организации событий. Риски.

Понятие безопасности стейкхолдеров при организации события. Подходы к обеспечению безопасности проведения события. План безопасности, схема ответственные лица. Типичные ошибки организаторов событий. Составление плана рисков. Страхование рисков эвента.

Раздел 6. Маркетинг событийных впечатлений

Формирование индивидуальной концепции, имиджа, бренда события. Как продлить «жизнь» события. Как не дать забыть о событии в течение нерабочего периода. Составление пресс релиза.

Раздел 7. Устойчивое развитие событий

«Зеленые» события. Опыт организации зарубежных и российских событий. Социальная организационная, финансовая устойчивость — критерии оценки. Мониторинг и контроль эффектов, оказываемых от проведения события на окружающую среду.

Авторы курса оставляют за собой право менять порядок следования тем, поскольку на занятия по ряду тем будут приглашены практики эвент-индустрии, и, в некоторых случаях, порядок следования тем будет зависеть от возможности практика принять участие в занятии.

Общий объем самостоятельной работы и распределение самостоятельной работы для разных видов подготовки студента: для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к семинарским и практическим занятиям, выполнения домашней работы, задаваемой на семинарских или практических заданиях по усмотрению преподавателя и другое.

9. Образовательные технологии

Студентам предоставляется комплекс презентаций лекций, дополнительные статьи по тематике курса и другие необходимые материалы. Процесс обучения включает, наряду с лекционной, следующие образовательные технологии:

- обсуждения на семинарах тематики заданий для самостоятельной работы и подготовки презентаций;
- проведение коллективных дискуссий;
- выступления студентов с презентациями (до 10-15 минут) по итогам выполнения самостоятельной работы

9.2 Методические указания студентам по освоению дисциплины

В процессе освоения учебной дисциплины студенты индивидуально и в группах самостоятельно выполняют задания, результаты которых представляют в виде кратких или расширенных презентаций с использованием современных информационных технологий. Основными целями презентации является демонстрация в наглядной форме результатов проделанной работы и демонстрация способностей организации доклада в соответствии с выполненным заданием. В случае выполнения группового задания, обязательным требованием к устному докладу на семинаре является участие всех студентов группы.

Обязательными требованиями подготовки к лекционным и семинарским занятиям, в ходе которых предполагается проведение встреч с представителями организационных комитетов российских событий, являются: самостоятельное предварительное ознакомление студентов с историей события, посещение вебсайта события, составление вопросов для развития дискуссии с приглашенными представителями по теме занятия. В рамках курса наиболее активные и заинтересованные студенты могут получить возможность выполнять ряд заданий практиков сферы эвент индустрии.

10. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля

1. Какие основные факторы создания событийных впечатлений Вы можете назвать?
2. Дайте классификацию событий.
3. Назовите особенности развития современной событийной деятельности.
4. Какую роль играет событие в формировании бренда территории?
5. Что такое импакты событий?
6. Назовите основные экономические импакты событий.
7. Назовите основные социальные импакты событий.
8. Опишите основные культурные импакты событий.
9. Назовите основные категории стейкхолдеров события.
10. Что такое проект события?
11. В чем состоят особенности составления бюджета события?
12. Что такое техническое задание события?
13. Назовите основные этапы переговоров со знаменитостью.
14. В чем состоит особенности составления и подписания контракта со знаменитостью?
15. Назовите особенности формирования штата события.
16. Назовите особенности разработки мотивационных схем для следующих категорий сотрудников: штатные сотрудники, волонтеры, сезонные сотрудники.
17. Каковы основные принципы развития аудитории?
18. Какие источники финансирования события Вам известны?
19. В чем состоит специфика получения государственного финансирования события?
20. Опишите особенности участия в тендерной борьбе.
21. В чем состоит специфика подачи заявок на получение финансирования международных организаций и зарубежных консульств?
22. Назовите собственные доходы события.
23. Что такое крауд фандинг?
24. Назовите инструменты крауд фандинга.
25. Что такое цикл жизни события?
26. Назовите инструменты продвижения события в интернет-среде.
27. Что такое “зеленые” события?
28. Назовите принципы обеспечения безопасности события.
29. Приведите примеры типичных ошибок организаторов события.

10.2 Примеры заданий промежуточного контроля

Домашнее задание является формой текущего контроля и представляет собой групповое или индивидуальное практическое задание, определяемое преподавателем.

Пример домашнего задания

Студенты разделяются на группы. Каждая группа должна составить ДНК события, то есть характеристик события, который позволит ему дифференцироваться от других событий. Студенты описывают событие в соответствии с приведенными ниже элементами ДНК.

Элементы ДНК:



- уникальность;
- историчность;
- непредсказуемость;
- предсказуемость;
- звездные участники;
- вовлечение аудитории;
- мифотворчество;
- формирование идентичности.

Студенты представляют задания на семинарских занятиях, каждый студент должен оценить ДНК события другой группы в соответствии с «барометром события», приведенным ниже.

Барометр события
(каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов)

Элементы ДНК	Событие 1	Событие 2	Событие 3
Уникальность			
Историчность			
Непредсказуемость			
Предсказуемость			
Звездные участники			
Вовлечение аудитории			
Мифотворчество			
Формирование идентичности			
Сумма баллов			

11. Порядок формирования оценок по дисциплине

Аудиторная работа
Самостоятельная работа
Коллоквиум
Тест

Накопленная оценка по дисциплине рассчитывается с помощью взвешенной суммы оценок за отдельные формы текущего контроля знаний следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = 0,4 * O_{\text{ауд}} + 0,2 * O_{\text{самост}} + 0,4 * O_{\text{коллоквиум}}, \text{ где}$$

$O_{\text{сам р}}$ – оценка за домашнее задание

$O_{\text{ауд}}$ – оценка за работу на семинарских занятиях,

$O_{\text{коллоквиум}}$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля – арифметический.

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:



$$O_{\text{результ}} = 0,7 * O_{\text{накопл}} + 0,3 * O_{\text{экзамен}}$$

На пересдаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

Способ округления результирующей оценки по учебной дисциплине: арифметический.

Оценки по всем формам текущего и итогового контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

Способ округления экзаменационной и результирующей оценок: в пользу студента.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Основная литература

Юля, точно попросят обновить лит-ру

Getz D. (2012). *Event studies. Theory, Research and Policy for Planned Events*. London; New York: Routledge, 2012, 2nd ed.

Richards, G., & Palmer, R. (2010) *Eventful cities: Cultural management and urban revitalization*. Oxford: Butterworth Heinemann. <http://www.sciencedirect.com/science/book/9780750669870>

12.2 Дополнительная литература

Ali-Knight J. (ed.). *International perspectives of festivals and events: paradigms of analysis*. – Access Online via Elsevier, 2008.

Arcodia C. & Whitford M. (2006): *Festival Attendance and the Development of Social Capital*, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol 8 (2), pp. 1-18.

Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., & Sunshine, K. M. (1995). *Event tourism: An examination of motivations and activities*. *Festival Management and Event Tourism*, Vol. 3(1), pp. 15–24.

Boo, S., & Busser, J. (2006) *Impact analysis of a tourism festival on tourists destination images*. *Event Management*, Vol. 6, pp. 223 –237.

Boyle, P., & Haggerty, K. D. (2009). *Spectacular security: mega-events and the security complex*. *International Political Sociology*, 3(3), 257-274.

Brooks, S., O' Halloran, D., Magnln, A. (2007) *The Sustainable Music Festival: A strategic Guide* URL:http://c.ymcdn.com/sites/www.gmicglobal.org/resource/collection/47C838A0-D177-4D6A-84FA-0EC254420949/The_Sustainable_Music_Festival_Guide.pdf

Carlsen, J., Andersson, T. D., Ali-Knight, J., Jaeger, K., & Taylor, R. (2010). *Festival management innovation and failure*. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(2), 120-131.

Crespi-Valbona, Montserrat, and Greg Richards (2007). "The Meaning of Cultural Festivals: Stakeholder Perspectives in Catalunya." *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13(1), pp. 103–122.

Diane O'Sullivan & Marion J. Jackson (2002) *Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?*, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 10 (4), pp. 325-342.

Evans , G. (2003) *Hard-branding the cultural city: from Prado to Prada*, *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), pp. 417– 440.

Felsenstein, D. & Fleischer, A. (2003). *Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure*. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.

Festivals and Events Best Practice Guide // Failte Ireland. National Tourism Development Authority. URL:



http://www.aoifeonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf

Finkel, R. (2006). Tensions between ambition and reality in UK combined arts festival programming: Case study of the Lichfield Festival. *International Journal of Event Management Research*, 2(1), 25-36.

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism management*. Vol. 29 (3), pp. 403-428.

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, Vol 5(1). Access: URL: <http://www.ijemr.org/docs/Vol5-1/Getz.pdf>

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Getz, D., and Andersson, T. (2008). Sustainable festivals: on becoming an institution. *Event Management*, Vol. 12, pp. 291-302.

Getz, D., Andersson, T. Carlsen, J. (2010) "Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 1 (1), pp.29 – 59.

Giorgi, L., ed. (2011). *European Arts Festivals: Strengthening Cultural Diversity*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. URL: http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/euro-festival-report_en.pdf

Gordin, V.E. and Matetskaya, M.V. (2010), Saint Petersburg festivals: aspects of cultural policy and cultural tourism. Paper presented at the Global Events Congress IV: Festivals and Events Research: State of the Art. Leeds Metropolitan University, 14-16 July 2010.

Hannam, K., & Halewood, C. (2006). European Viking themed festivals: An expression of identity. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 17–31.

Lee C-K, Lee Y-K, Wicks B. E. (2004) Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management* , Vol. 25 (1), pp. 61–70.

Masterman, G. (2012) A strategic approach for the use of sponsorship in the events industry: in search of a return on investment. In Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). *Festival and events management*. Routledge.

Peaslee, Robert Moses (2013). "Media Conduction: Festivals, Networks, and Boundaried Spaces." *International Journal of Communication* 7 (2013): 811–830.

Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, 7–30.

Segal, Jérôme, and Liana Giorgi, eds. (2009). *European Arts Festivals from a Historical Perspective: Main Report 2*. Report completed in the framework of the EURO-FESTIVAL project. 7.7.2009.

Quinn, B. (2006) Problematising "Festival Tourism": Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 14 (3), pp. 288-306.

Small, K., Edwards, D., & Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 66–77.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). *Festival and events management*. Routledge.

Quinn B. (2005) Arts Festivals and the City// *Urban Studies*, Vol. 42 (5/6), 927–943.



Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий необходимо наличие на каждом занятии компьютера (или ноутбука), мультимедийного проектора и экрана, что связано как с показом лекционного материала, так и с докладами студентов в виде презентаций в Power Point и иных специальных программах для подготовки и проведения презентаций. Специальное программное обеспечение для проведения занятий по данной дисциплине не требуется.